



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Desain Visual**

Menurut Wahyuningsih (2013), desain merupakan usaha yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas. Sementara visual merupakan sesuatu yang dapat terlihat dengan melibatkan beberapa tahapan seperti merasakan (membiarkan cukup cahaya masuk ke mata untuk melihat objek), menyeleksi (melihat bagian tertentu dari suatu bagian objek), dan memahami (mengerti apa yang diseleksi untuk diproses secara mental pada kesadaran yang lebih) (hlm. 2-3).

##### **2.1.1. Elemen-Elemen Visual**

Wahyuningsih (2013) mengatakan bahwa dalam sebuah karya visual, terdapat beberapa elemen atau unsur yang merupakan bagian penting untuk mewujudkan suatu tampilan visual. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain, dan tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar, dan prinsip-prinsip desain. Elemen-elemen tersebut meliputi:

1. Titik: Titik merupakan unsur visual yang memiliki dimensi panjang tetapi tidak memiliki lebar. Cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan berbagai macam variasi seperti jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

2. Garis: Dikenal sebagai goresan yang menjadi batas dari suatu bidang warna. Ciri utamanya adalah memiliki arah serta dimensi memanjang yang dapat berbentuk lurus, melengkung, gelombang, zig-zag, dan lain-lain.
3. Bidang: Merupakan unsur visual yang memiliki dimensi panjang, dan lebar. Memiliki 2 jenis kategori, yaitu bidang geometri dan non-geometri. Bidang dapat dibentuk dengan menyusun titik maupun garis dengan kepadatan tertentu.
4. Ruang: Ruang dapat dibentuk dengan adanya bidang. Ruang merupakan sebuah perwujudan 3 dimensi, dan dapat dibagi menjadi 2, yaitu ruang nyata dan semu.
5. Warna: Warna dibentuk dari 3 unsur, yaitu *hue* (spektrum warna), *saturation* (nilai kepekatan), dan *lightness* (nilai cahaya).
6. Tekstur: Secara fisik terdapat 2 jenis tekstur, yaitu kasar dan halus. Secara efek tampilan, terdapat 2 jenis yaitu nyata dan semu. Tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya (hlm. 8-9).

### 2.1.1.1. Teori Warna

Stewart (2018) mengatakan bahwa warna merupakan hal dasar yang kita pelajari di sekolah. Pelukis, desainer grafis, desainer interior, dan semua yang bekerja dengan visual harus memahami teori dasar warna agar dapat membuat desain atau karya yang enak dipandang mata. Teori warna mulai ada sejak abad ke-18. Isacc Newton menulis dalam Opticks bahwa cahaya yang membuat warna menjadi berbeda-beda. Pada abad ke-19, pada The Theory of Colours karya Johann Wolfgang von Goethe dan pada The Law of Simultaneous Color Contrast karya Michel Eugene Chevreul menulis mengenai psikologi warna dan aberasi kromatik serta membuat *color wheel* (pada waktu itu menggunakan warna primer RYB, yaitu merah, kuning, dan biru untuk menciptakan warna lain).



Gambar 2.1. *Color Wheel* karya Johann Wolfgang von Goethe, 1809  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

Pada masa sekarang, kita mengenal 3 jenis warna primer, yaitu CMYK (*cyan, magenta, yellow, key ink*), RGB (*red, blue, blue*), dan RYB (*red, yellow, blue*).



Gambar 2.2. Warna Primer  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

Masing-masing warna dasar ini dapat menjadi *color wheel* yang berbeda-beda tetapi menggunakan teori dasar yang sama. Contohnya seperti gambar di bawah ini:



Gambar 2.3. *Color Wheel* RGB dan CMYK  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

Warna-warna yang dihasilkan pada *color wheel* disebut sebagai *hue*. Selain itu juga ada *shade*, *tint*, dan *tone*. *Shade* ada bila warna dasar kita campurkan warna hitam (menjadi semakin gelap). *Tint* kebalikan dari *shade*, *tint* ada bila kita mencampurkan warna dasar dengan warna putih. Sedangkan *tone* ada bila kita mencampurkan warna dasar dengan warna abu-abu.



Gambar 2.4. *Hue*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

Pada *color wheel*, kita dapat membagi warna menjadi 2 bagian di tengah, yaitu *warm color* dan *cool color*. Yang termasuk *warm color* adalah warna merah, kuning, dan coklat. Sedangkan yang termasuk *cool color* adalah warna biru, hijau, dan ungu.



Gambar 2.5. *Warm Color & Cool Color*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

Selain itu juga terdapat sebutan *color scheme*. *Color scheme* dapat membantu kita dalam memiliki palet warna yang akan kita gunakan.



Gambar 2.6. *Color Scheme*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

*Color scheme* terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Complementary*: Adalah 2 warna dengan posisi yang berseberangan pada color wheel. *Color scheme* dengan warna komplementer akan memiliki warna yang cukup terang karena kedua warna tersebut kontras satu sama lain, dan biasanya akan sulit untuk digunakan dalam sebuah proyek besar.



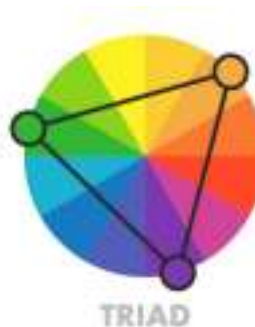
Gambar 2.7. *Complementary Color*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

2. *Analogous*: Warna *analogous* berada pada sisi yang sama pada *color wheel*, dan biasanya sangat efektif untuk membuat warna yang tenang dan tentram.



Gambar 2.8. *Analogous*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

3. *Triadic*: *Color scheme* ini bisa didapatkan dengan menggambar segitiga sama sisi pada *color wheel*, dan menggunakan ketiga warna pada setiap sudut segitiga. Biasanya warnanya akan cukup terang sehingga harus memilih 1 warna dominan, dan 2 sebagai warna pendukung.



Gambar 2.9. *Triadic*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)



4. *Split-Complementary*: Bisa didapatkan dengan menarik garis lurus, lalu memisahkan salah satu ujung sehingga menjadi segitiga sama kaki. Biasanya warna ini akan cukup terang, tetapi tidak terlalu kontras sehingga mudah bagi pemula untuk menggunakannya.



Gambar 2.10. *Split Complementary*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

5. *Tetradic*: Warna ini didapatkan dari membuat 2 warna komplementer yang dibentuk menjadi sebuah kotak dengan posisi kedua sisi bersebelahan. Dapat digunakan dengan bagus bila ada 1 warna dominan, jangan digunakan secara sama rata karena dapat membuat desain menjadi tidak seimbang. Warna ini memiliki keseimbangan antara *cool color*, dan *warm color*.



Gambar 2.11. *Tetradic*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

6. *Square*: Warna ini juga menggunakan 4 warna, tapi jarak antar warna seimbang. Seperti *tetradic*, warna ini dapat menjadi bagus bila ada 1 warna dominan.



Gambar 2.12. *Square*  
(<https://mymodernmet.com/basic-color-theory/>)

### 2.1.2. Komposisi Desain Visual

Menurut Wahyuningsih (2013), komposisi merupakan pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam suatu karya desain grafis secara harmoni.

Komposisi dalam desain memiliki beberapa prinsip yaitu:

1. Kesatuan (*Unity*): Merupakan suatu prinsip desain yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun.

2. Keseimbangan: Merupakan prinsip yang menghindari kesan berat sebelah pada suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur desain. Dapat dibagi menjadi keseimbangan simetris, dan asimetris, serta memusat, dan menyebar.
3. Irama: Merupakan penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu agar mendapatkan kesan menarik. Dapat dilakukan dengan membuat suatu pengulangan maupun pergantian secara teratur.
4. Kontras: Merupakan komposisi agar tidak terkesan monoton, tetapi harus ditampilkan secukupnya agar tidak menimbulkan kesan tidak teratur, dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.
5. Fokus: Merupakan komposisi yang perlu untuk menunjukkan bagian yang penting, dan merupakan perhatian utama dari suatu desain.
6. Proporsi: Merupakan perbandingan ukuran dari unsur-unsur desain antara bagian dengan bagian lain atau suatu desain dengan keseluruhan desain (hlm. 10).

### **2.1.3. Tipografi**

Tulisan sudah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Menurut Ardhi (2013), bahasa tulis merupakan salah satu bentuk dari sarana komunikasi yang digunakan oleh manusia dari jaman dulu hingga saat ini. Bahasa tulis dapat berbentuk kata, kalimat, maupun paragraf. Dan ilmu yang mempelajari bahasa tulis sebagai bagian dari seni disebut sebagai tipografi. Ilmu ini mempelajari bagaimana penggunaan huruf seperti bentuk, ukuran, jarak antar huruf, jarak antar kalimat, dan lain-lain (hlm. 2).

Menurut Arora (2018), mengetahui bagaimana menggunakan serta menggabungkan beberapa jenis *font* yang berbeda itu penting untuk desain digital. Terdapat beberapa jenis *font*, yaitu:

1. *Serif. Font* ini biasa digunakan untuk menulis hal yang serius. Hal yang membedakan *font serif* dengan *sans serif* adalah garis kecil pada ujung *font* yang disebut *serif* (terlihat pada gambar dibawah ini, ditandai dengan warna merah).



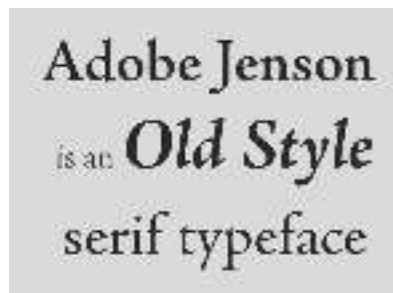
Gambar 2.13. *Serif*

(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

Jenis-jenis tulisan *serif* biasanya lebih tradisional, hal ini dikarenakan pada jaman dahulu manusia memahat tulisan pada batu lalu diberikan cat untuk mencetak tulisan. Dan sering kali desainer pada masa itu memberikan cat yang berlebih, sehingga jadilah *serif*. *Serif* terbagi menjadi 4 jenis, yaitu:

*a. Old Style*

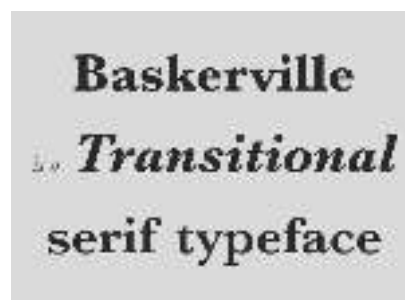
Jenis ini termasuk *font* seperti Adobe Jenson, Centaur, Goudy Old Style, dan lain-lain. Jenis ini terlihat seperti tulisan pada masa tahun 1400.



Gambar 2.14. *Old Style*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

*b. Transitional*

Jenis ini sudah lebih *modern*, yang termasuk pada jenis ini seperti Times New Roman, Baskerville, Georgia, dan lain-lain.



Gambar 2.15. *Transitional*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

*c. Modern*

Yang termasuk *font* jenis ini seperti Didot, yang digunakan sebagai *font* untuk judul pada majalah Vogue.



Gambar 2.16. *Modern*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

d. *Slab-Serif*

Jenis ini memiliki *serif* yang lebih tebal, contohnya seperti American Typewriter, Archer, dan lain-lain.



Gambar 2.17. *Slab-Serif*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

2. *Sans Serif*: *Sans serif* tidak memiliki elemen dekorasi apapun, dan terlihat lebih *modern* dari *font serif*, seperti pada contoh dibawah ini.



Gambar 2.18. *Sans Serif*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

*Font* ini terbagi menjadi 4 jenis, yaitu:

*a. Grotesque*

Jenis ini adalah yang paling tua, yang termasuk jenis ini seperti News Gothic, Franklin Gothic, dan lain-lain.



Gambar 2.19. *Grotesque*

(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

*b. Neo-Grotesque*

Jenis ini sudah lebih *modern*, contohnya seperti Helvetica, dan Ariel.



Gambar 2.20. *Neo-Grotesque*

(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

*c. Humanist*

Jenis ini terlihat seperti tulisan dari masa depan, contohnya adalah Gill Sans.



Gambar 2.21. *Humanist*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

d. *Geometric*

Jenis ini dibuat dengan menggunakan bentuk-bentuk geometris, contohnya seperti Futura.



Gambar 2.22. *Geometric*  
(<https://www.freecodecamp.org/news/how-typography-determines-readability-serif-vs-sans-serif-and-how-to-combine-fonts-629a51ad8cce/>)

Arora (2018) mengatakan bahwa terdapat beberapa peraturan bila kita ingin menggabungkan beberapa *font* dalam 1 desain, yaitu:

1. *Serif* dan *Sans-Serif* dapat digabungkan. *Sans-Serif* dapat meningkatkan tingkat keterbacaan pada desain, dapat digunakan pada bagian badan teks. Jangan menggabungkan *serif* dengan *serif*, dan *sans-serif* dengan *sans-serif* karena akan terlihat terlalu datar, dan kurang menarik.



2. Jangan menggunakan terlalu banyak *font* dalam 1 desain, itu akan terlihat terlalu aneh. Gunakan maksimal 2 jenis *font* (1 dari *serif*, dan 1 dari *sans-serif*).
3. Jangan menggabungkan *font* dengan *mood* yang berbeda. Coba untuk mengkombinasikan *font modern* dengan *modern*, dan *font* yang lebih tua dengan yang tradisional. Bila kita mendapatkan *mood* untuk desain tulisan, maka desain kita akan menjadi lebih bagus. Yang perlu diperhatikan adalah *mood* serta era waktu dari tulisan tersebut. Yang perlu dibuat kontras adalah *serif-ness* (1 *font serif*, dan 1 *font sans-serif*), dan bobot. Bobot berarti seberapa berat, dan tebal teksnya. Mainkan bobot yang berbeda agar desain menjadi kontras, dan menarik.
4. Jangan pernah menggunakan Comic Sans, Papyrus, Viner, Kristen, dan Curlz. Karena akan membuat desain menjadi terlihat kurang bagus, dan menarik.

#### **2.1.3.1. Prinsip Dasar Tipografi**

Menurut Ardhi (2013), ilmu tipografi memiliki beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

1. Sintaksis: Merupakan penyusunan elemen-elemen dalam tipografi (huruf, kata, garis, kolom, jarak antar kata, margin atau batas tulisan, dan lain-lain) ke dalam suatu kesatuan.
2. Persepsi visual: Prinsip yang berperan dalam menuntun mata untuk mengikuti pola visual yang ada, yang akan membuat berbagai macam informasi yang ditampilkan akan terbaca dengan lebih terarah, dan

tidak membingungkan. Dapat diatur dengan menggunakan bentuk, warna, ukuran, dan pengelompokan objek dalam 1 sisi tertentu.

3. *Focal Point*: Disebut juga penekanan, berperan sebagai penarik perhatian serta penekanan informasi yang penting. Keberadaan *focal point* ini merupakan sesuatu yang penting dalam sebuah rancangan grafis.
4. *Grid systems*: Merupakan penataan dari elemen-elemen visual ke dalam suatu komposisi yang berfungsi sebagai keseimbangan penempatan elemen-elemen visual serta estetika.
5. *Alignment*: Merupakan pengaturan baris menjadi lebih tertata agar mudah terbaca, dan rapi bentuknya. Terdapat beberapa jenis yang paling sering digunakan, yaitu rata kiri (*flush left*), rata kanan (*flush right*), rata tengah (*centered*), dan rata kiri-kanan (*justified*) (hlm. 18-22).

#### **2.1.3.2. Tipografi Digital**

Koszyk (2015) mengatakan bahwa terdapat beberapa peraturan dasar dalam merancang *digital typography*. Peraturan-peraturan tersebut adalah:

##### *1. Choosing the Right Font*

###### *a. Don't use fancy fonts*

Bila tidak memiliki pengalaman atau pengetahuan yang cukup, jangan menggunakan *fancy font*. Usahakan untuk tetap *simple*.

*b. Trajan Pro is not fancy or old*

*Font* ini merupakan font yang terlihat elegan, dan klasik sehingga perlu digunakan dengan tepat. Jangan gunakan untuk teks yang panjang.

*c. Throw Comic Sans away*

*d. Avoiding default fonts is bullshit*

Times New Roman bisa terlihat bagus, tergantung dengan bagaimana kita menggunakannya. Lebih baik bila teks terlihat sedikit membosankan daripada jelek atau tidak dapat dibaca.

## *2. Mixing Fonts*

*a. Don't mix more than 2 fonts*

*b. Mix only contrasting fonts*

*c. But make sure x-height is familiar*

*X-height* adalah tinggi tulisan yang di hitung dari garis dasar. Kita harus memilih *typeface* dengan tinggi yang mirip ketika menggabungkan, ini akan menolong membuat paragraf menjadi konstan, dan lebih mudah untuk dibaca.

## *3. Setting Text*

*a. Font size*

Ukuran tulisan untuk website sekitar 13 px merupakan ukuran yang paling pas. 14 - 18 px masih merupakan ukuran yang pas karena tidak terlalu besar, dan enak untuk dibaca.

*b. Choose the right line length*

Usahakan untuk menjaga panjang paragraf antara 45-75 karakter. 66 karakter merupakan jumlah yang ideal. Usahakan untuk tidak membuat teks terlalu pendek atau panjang.

*c. Choose leading suited to the text size*

Untuk membuat pengaturan teks yang seimbang, jarak white space antar garis harus sekitar 150% dari x-height. Kita dapat mendesain untuk mengatur tinggi tinggi dengan jarak 125% dari ukuran teks.

*4. Paragraphs*

*a. Flush left*

Gunakan rata kiri jika tidak merasa percaya diri dengan mendesain jarak antar kata sendiri. Gunakan rata tengah jika dalam 1 baris terdapat lebih dari 60 karakter.

*b. Avoid hyphenation*

Bila menggunakan *hyphenation* atau tanda hubung “—”, hitung ukurannya atau ukuran *font*. Bila bisa hindari menggunakan tanda hubung, ganti dengan menggunakan line break atau jarak antar kata yang lebih kecil bila bisa. Hindari menggunakan ini bila menggunakan rata kiri.

*c. Don't indent*

*d. Caption*

*e. Hanging Punctuation*

*f. Widows and orphans*

*Widow* adalah kata-kata yang sendirian, atau barisan pendek pada akhir paragraf. *Orphan* adalah *widow* yang ada pada bagian paling atas dari *column* atau halaman.

*g. Don't overuse word space*

5. *Words*

*a. Kerning*

*b. Tracking*

Bila kita memperbesar ukuran *font*, maka jarak antar huruf juga akan membesar. Jangan lupa untuk mengaturnya.

*c. Emphasis in text*

Jangan gunakan huruf kapital. Gunakan *bold* untuk menekankan area yang penting pada teks.

*d. Don't letter space the lower case*

*e. Letter space upper case*

*f. Don't use all caps*

*g. Pass on small caps*

6. *Letters*

*a. Don't alter the widths of letter*

## 7. Numbers

### a. *Spell numbers.*

Eja angka atau nomor yang ada, itu akan menjadi lebih elegan.

Peraturan ini tidak berlaku bila menulis tentang matematika, seperti hitung-hitungan atau persen.

### 2.1.3.3. *Layout*

Menurut Ardhi (2013), agar informasi dapat ditampilkan dengan menarik dan informasi dapat disampaikan dengan baik, desainer harus menyusun elemen-elemen visual dengan baik, dan benar. Penempatan elemen-elemen inilah yang disebut sebagai *layout*. Terdapat beberapa hal yang perlu kita perhatikan dalam mengatur *layout*, yaitu:

1. Alur baca: Secara umum, masyarakat Indonesia membaca teks dari kiri ke kanan. Bila kita perhatikan, kita membaca dengan menggunakan alur seperti membentuk huruf Z. Hal ini terbentuk dari kebiasaan kita sejak kecil.
2. Keseimbangan: Dalam merancang sebuah *layout*, kita perlu memperhatikan porsi dari pemuatan elemen-elemen yang ada. Bila suatu informasi lebih mudah untuk disampaikan dengan menggunakan teks, maka teks perlu lebih mendominasi dalam sebuah *layout*. Hal tersebut juga berlaku bila suatu informasi lebih mudah untuk disampaikan dalam bentuk visual. Kita juga perlu memperhatikan warna dari teks tersebut, biasanya dibuat kontras dengan latar belakangnya. Keseimbangan pada letak juga perlu

diperhatikan agar tidak tumpang tindih sehingga tidak dapat menyampaikan informasi dengan jelas.

3. Gambar: Keberadaan gambar memberikan gambaran yang jelas dari teks atau informasi yang akan kita sampaikan. Dalam sebuah *layout*, dapat terdapat beberapa gambar. Gambar dapat digunakan sebagai latar belakang teks, bingkai tulisan, atau pola tulisan itu sendiri.
4. *White Space*: Merupakan suatu daerah dalam *layout* dimana pembaca dapat beristirahat sejenak dari informasi-informasi yang ada. Biasanya berupa sebuah ruang kosong di antara elemen-elemen yang ada pada sebuah *layout*.
5. *Unity*: Merupakan sebuah hubungan yang dibangun dengan membuat sebuah kesesuaian dari elemen-elemen yang ada dalam suatu *layout* dengan tema tertentu (hlm. 33-42).

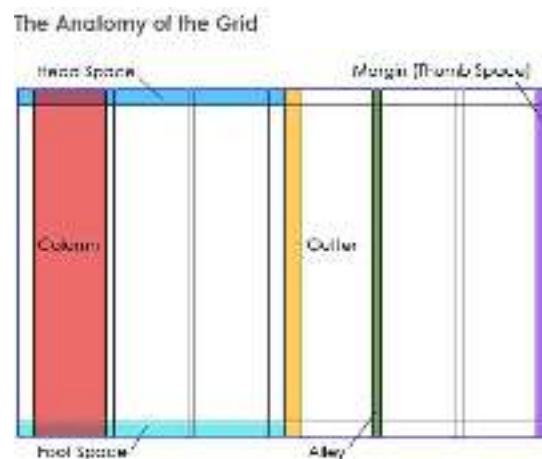
Dalam desain visual, terdapat sebuah kajian ilmu yang disebut sebagai semiotika. Menurut Saussure yang dikutip dari pakarkomunikasi.com, semiotika adalah sebuah kajian mengenai tanda yang ada dalam kehidupan sosial manusia. Kajian ini menunjukkan bahwa tanda, dan makna dari suatu tanda yang ada terbentuk dalam kehidupan sosial manusia, dan terpengaruh dengan sistem hukum yang ada.

#### **2.1.3.4. Grid**

Babich (2017) mengatakan bahwa *grid* seperti sebuah lem yang membuat elemen-elemen desain menjadi 1. *Grid* membantu desainer

untuk membuat produk lebih baik dengan mengikat elemen desain yang berbeda untuk mencapai kesatuan dengan usaha yang seminimal mungkin. Bila *grid* dibuat dengan baik, maka desain yang kita buat akan menjadi lebih terorganisasi.

*Grid* memiliki beberapa elemen, yaitu:



Gambar 2.23. Elemen *Grid*  
(<http://creativecurio.com/2007/10/the-grid-in-practice/>)

### 1. Format

Format merupakan sebuah area dimana desainer meletakkan desain. Pada media cetak, format adalah halaman, sedangkan pada website format adalah ukuran dari browser.

### 2. *Margin*

*Margin* merupakan jarak antar sudut terluar format dengan sudut terluar konten.

### 3. *Columns and Alley*

*Columns* dan *alley* adalah hal paling dasar, karena merupakan 2 komponen utama dari *grid*. *Columns* adalah blok dari *grid*,



sedangkan jarak antara *columns* disebut sebagai *alleys*. *Columns* dan *alley* mengisi layar secara horizontal.

#### 4. Modules

*Modules* adalah unit individual yang tercipta dari titik pertemuan antara *columns* dan *rows*.

*Grid* memiliki 4 jenis *layout*, yaitu:

##### 1. Manuscript Grid

Disebut juga sebagai *single-column grid*. Merupakan struktur *grid* yang paling simple. Biasa digunakan untuk media cetak seperti buku.



Gambar 2.24. *Manuscript Grid*  
(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

##### 2. Multicolumn Grid

Struktur *grid* ini memiliki beberapa kolom dalam 1 desain secara vertikal. Memiliki peraturan bahwa semakin banyak kolom yang digunakan, maka semakin fleksibel *grid* pada desain. Biasa digunakan untuk desain yang memiliki banyak informasi yang berbeda-beda.



Gambar 2.25. *Column Grid*  
(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

### 3. *Modular Grid*

Bila *multicolumn grid* membagi desain secara vertikal, maka *modular grid* membagi desain secara vertikal, dan horizontal. Struktur *grid* ini lebih fleksibel daripada *multicolumn grid*, dan dapat memberikan area untuk meletakkan informasi-informasi kecil pada desain.

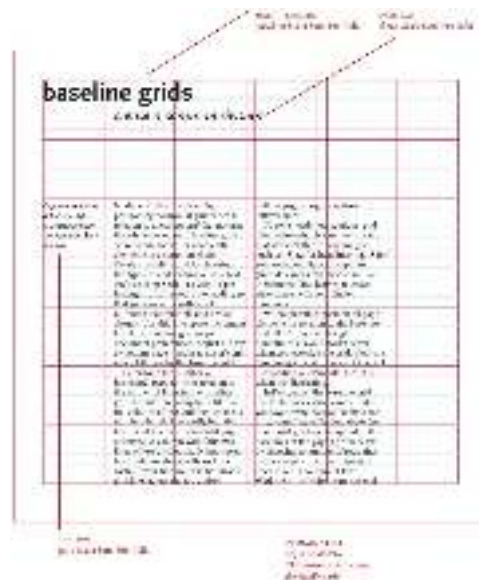


Gambar 2.26. *Modular Grid*  
(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

### 4. *Baseline Grid*

Merupakan struktur dasar yang membantu jarak vertikal dalam desain. Digunakan pada barisan horizontal pada desain. Sama seperti bila kita

menggunakan *columns* dan *modules*, kita dapat menggunakan *baseline grid* untuk membangun konsistensi pada *layout*. Biasa digunakan untuk menulis peraturan pada selembur kertas.



Gambar 2.27. *Baseline Grid*  
(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

#### 2.1.3.5. *Grid Digital*

Soegaard (2019) mengatakan bahwa fungsi *grid* pada media interaktif, dan *grid* pada media cetak mirip. *Grid* membantu desainer sebagai panduan untuk membuat *layout* banyak yang mendukung tema responsif untuk berbagai macam ukuran layar. Pengaplikasian *grid* membantu desainer untuk membagi desain menjadi beberapa kolom, dan mengorganisir konten. Contohnya ketika kita memiliki 1, 2, 3, 6, 12, atau lebih kolom. Resolusi layar saat ini sangatlah besar dibandingkan pada masa awal-awal komputer ada. Walaupun begitu, gunakan lebar 960-pixel untuk memastikan agar desain dapat ditampilkan pada semua

ukuran layar komputer. Ukuran ini juga membantu desainer untuk mendesain pada layar gawai atau *handphone*.

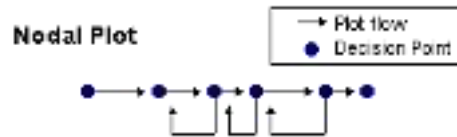
Desainer menggunakan *columns*, dan *rows*, dengan bentuk tergantung dari lebar kolom, dan tinggi proporsi *row* (seperti 3:2, atau 4:3), dan *gutters* (jarak antar “kotak”) untuk menampilkan desain dengan cara terbaik. Walaupun sekarang sudah ada resolusi tinggi yang membuat kita dapat menampilkan desain yang impresif, dan realis, dengan menggunakan *grid* dasar dengan lebar 960-pixel, maka kita dapat memastikan desain kita dapat ditampilkan secara baik pada layar mana pun. Jangan lupakan prinsip-prinsip dasar lainnya juga, seperti *golden ratio*. Hal ini agar kita dapat membuat desain dengan *user experience* konsisten, juga *user experience* yang dapat memuaskan pengguna pada media digital mana pun.

## **2.2. Interaktifitas**

Interaktifitas berasal dari beberapa kata dasar, yaitu *interaction* yang berarti tindakan atau pengaruh timbal-balik, *interact* yang berarti bertindak satu sama lain, dan *interactive* yang berarti aktif secara timbal-balik, ada aliran informasi antara perangkat, dan pengguna. Interaktifitas adalah sebuah kegiatan timbal-balik antara perangkat, dan pengguna, dan ada sebuah aliran informasi yang terjadi (Salen and Zimmerman, 2004).

Meadows, dalam Sloan (2015, hlm. 120-121) mengatakan bahwa interaktifitas memiliki 3 jenis plot, yaitu:

### 1. Nodal Plot

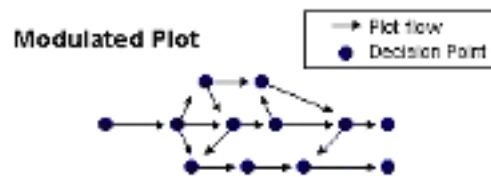


Gambar 2.28. *Nodal Plot*

(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/project.html>)

*Nodal plot* diawali dari 1 poin, dan hanya memiliki 1 jenis *ending*. Selama permainan, pembaca tidak dapat mengeksplorasi karena plot cerita hanya terdapat 1 jenis. Plot ini biasa dipakai pada *single-player first-person shooter games*.

### 2. Modulated Plot

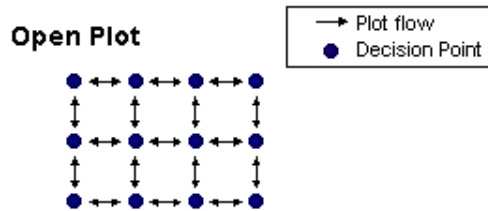


Gambar 2.29. *Modulated Plot*

(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/project.html>)

*Modulated plot* diawali dari 1 poin, dan akan memiliki beberapa jenis *ending*, dan memiliki beberapa pilihan atau cabang di dalam plot tersebut. Sehingga pemain dapat mengeksplorasi serta mengontrol karakter mereka. Plot ini biasa dipakai pada *role-playing games*.

### 3. *Open Plot*



Gambar 2.30. *Open Plot*

(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/project.html>)

*Open plot* tidak seperti *nodal plot*, dan *modulated plot*, karena tidak terlihat poin awal serta terkadang tidak memiliki ending. Pemain biasanya akan memiliki kontrol untuk menentukan bagaimana cerita akan berjalan. Biasa dipakai pada *multiplayer online games*.

### 2.3 *Game*

*Game* atau permainan adalah sesuatu yang kita mainkan. *Game* dengan mainan (*toy*) memiliki perbedaan. Mainan adalah suatu objek yang kita gunakan untuk bermain, sesuatu yang menyenangkan untuk dimainkan. Contohnya seperti lego, rubiks, dan lain-lain. *Game* atau permainan lebih kompleks daripada mainan. *Game* adalah sesuatu yang kita mainkan atas dasar keinginan kita sendiri, memiliki struktur yang lebih interaktif dimana kita dapat berinteraksi timbal-balik dengannya, memiliki sebuah tujuan, dan arti. Dalam *game*, kita dapat mengalami kemenangan maupun kekalahan, tergantung dengan pilihan yang kita lakukan (Schell, 2008).

Menurut Schell (2008), sebuah permainan dapat membuat pemainnya mengalami *mentally immersive* atau merasa sedang melakukan kegiatan yang ada pada permainan di dunia nyata, memiliki peraturan-peraturan yang harus

pemain lakukan, dan ikuti. Permainan juga memiliki masalah atau konflik yang pemain harus pecahkan untuk menyelesaikan permainan tersebut.

*Game* merupakan sebuah aktivitas yang memiliki peraturan-peraturan yang harus dipatuhi, tetapi tidak selalu memiliki konflik dengan pemain lain maupun dengan sistem dari permainan tersebut. *Game* atau permainan biasanya memiliki *goal* atau tujuan, tetapi terdapat beberapa permainan yang tidak memilikinya (contohnya seperti The Sims, dan SimCity). Biasanya juga terdapat titik *start* atau mulai, dan titik *end* atau akhir, tetapi ada juga yang tidak (seperti World of Warcraft, dan Dungeons & Dragons). Permainan juga mengandung unsur *decision making* (mengambil keputusan), tetapi ada beberapa yang tidak (seperti Candy Land, dan Chutes and Ladders) (Brathwaite dan Schreiber, 2009, hlm. 5-6).

### **2.3.1. *Game Design***

*Game design* merupakan sebuah proses dimana desainer membuat konten, dan peraturan-peraturan dalam sebuah *game* atau permainan. Sebuah permainan dapat dikatakan bagus bila memiliki sebuah *goal* atau tujuan yang dapat memotivasi pemain untuk mencapainya, dan peraturan-peraturan yang harus dipatuhi sehingga pemain harus menentukan pilihan-pilihan untuk mencapai tujuan tersebut (Brathwaite dan Schreiber, 2009, hlm. 2).

Menurut Burgun (2012), *game design* berarti kita membangun sebuah aspek fundamental dari sebuah *game*, yaitu peraturan-peraturan. *Game design* bukanlah *programming*, *modelling*, desain karakter, musik, menulis cerita, dan lain-lain. Tetapi *game design* itu menentukan bagaimana mekanisme dari

sebuah *game*. *Game design* juga dapat memiliki beberapa peranan pada visual dari sebuah *game* atau permainan. *Game design* juga memiliki beberapa peranan pada visual dari sebuah *game* atau permainan, tetapi hal itu tidak berarti bahwa visual *game* merupakan sebuah bagian dari *game design*. Burgun mengatakan bahwa untuk dapat mempelajari *game design* kita dapat banyak membaca buku jurnal, blog, artikel, dan lain-lain. Dapat lebih baik lagi bila kita juga menulis mengenai *game design*. *Game design* berarti kita harus berurusan secara dalam mengenai konsep dari bagaimana manusia bekerja atau melakukan kegiatan sehari-hari. Seorang *game designer* harus terus-menerus mengeksplorasi hal tersebut. *Game design* harus berjalan sesuai dengan filosofi desain yang telah ada sebelumnya (hlm. xviii).

Mitchell (2012) mengatakan bahwa seorang *game designer* haruslah mendapatkan ide, dan dapat membuat *art* atau konsep, dan demo yang dapat dimainkan (*playable demo*), bahkan hasil akhir dari *game* atau permainan tersebut. Seorang desainer *game* atau permainan juga harus mengerti perbedaan-perbedaan dari setiap platform *game*, dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Seorang *game designer* juga harus memperhatikan *target market* dari *game* atau permainan yang akan ia buat. Untuk menentukannya, seorang desainer harus melakukan riset yang mendeskripsikan beberapa faktor individual yang terlihat pada demografi-demografi tertentu. Walaupun sudah banyak informasi yang dimiliki, selalu usahakan untuk melakukan riset sendiri dengan cara menghubungi *target market* secara langsung, dan bertanya



mengenai apa yang mereka sukai dari permainan tersebut. Desainer perlu melakukan riset agar mengetahui *target market*-nya secara lebih dalam lagi, karena setiap desain akan berbeda bagi setiap orang. Oleh karena itulah desainer juga perlu memperhatikan beberapa kemampuan dari *target market*, seperti kemampuan membaca, kurva belajar, kemampuan kognitif, gaya belajar, kemampuan fisik, dan keinginan terdalamnya (Bratwaite dan Schreber, 2009, hlm. 148-150).

#### **2.3.1.2. Elemen-Elemen Pembentuk *Game Design***

Menurut Mitchell (2012), terdapat beberapa elemen yang menjadi dasar dari terbentuknya konsep game design. Elemen-elemen tersebut adalah *ogliness*, membuat *game lore*, *fans and game lore*, membuat naskah, menulis dialog, mencoba *gameplay*, menggabungkan dokumen *game*, dan bersiap untuk dipresentasikan (*pitching*).

*Logliness* merupakan suatu alat yang digunakan oleh penulis, dan desainer untuk menjelaskan konsep keseluruhan dari suatu proyek dalam bentuk suatu tulisan. *Logline* dapat menjadi sangat sulit untuk ditulis oleh karena itu banyak berlatih sangatlah diperlukan, dan melihat contoh *logline* dari proyek yang lain yang sudah cukup merasa familiar atau tahu. Untuk menolong membuat *logline*, dapat menggunakan beberapa pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Siapa karakter utama?
2. Apa yang karakter ini inginkan?
3. Apa yang akan berusaha untuk menghentikan karakter utama?

#### 4. Apa yang membuat permainan ini menjadi unik?

Isi dari *logline* mencakup *genre* dari *game* atau permainan tersebut, demografi, dan deskripsi singkat mengenai permainan tersebut. Tujuan dari dibuatnya *logline* adalah untuk memberikan sebuah *review* mengenai proyek tersebut dan mendorong orang untuk terus membacanya, sehingga *logline* harus ditulis secara *simple* dan *to the point*.

Bila *logline* adalah sesuatu untuk menjelaskan keseluruhan dari suatu *game* atau proyek, maka *lore* merupakan sebuah detail dari *backstory* atau narasi dalam suatu *game* atau permainan. *Outline* dari *lore* merupakan sekumpulan kejadian-kejadian yang akan terjadi (sebelum kejadian tersebut terjadi dalam permainan), dan akan menjelaskan sejarah dari dunia tersebut, konflik, karakter, dan apa yang sedang terjadi pada *gameplay* sekarang. Banyak *game* desainer yang menghabiskan banyak waktu mereka untuk membuat *lore* dalam permainan yang sedang mereka ciptakan. Beberapa *backstory* bisa saja diperlihatkan pada awal permainan, dan selama dalam *gameplay*, *lore* dapat ditampilkan dalam bentuk *quest*, *challenges*, *maps*, *diaries*, *logs*, dan *charts* yang berhubungan dengan permainan tersebut. *Lore* merupakan salah satu alasan mengapa pihak *developer game* membuat *fan base* (grup penggemar).

Naskah dalam sebuah *game* atau permainan tidak hanya berisi dialog-dialog, tetapi juga berisi mengenai kapan sebuah kejadian atau

*event* terjadi pada permainan tersebut. *Event-event* tersebut seperti kapan bos akan muncul, *challenge* yang harus dihadapi oleh pemain, dan kapan keputusan-keputusan harus dibuat oleh pemain. Untuk membuat sebuah naskah, desainer harus memikirkan setiap adegan yang akan terjadi pada permainan, bila sulit maka dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan berupa *storyboard* dari *game* atau permainan tersebut. Selain *storyboard*, desainer juga dapat membuat *flowchart* untuk memetakan kemana karakter dapat pergi, dan bagaimana cerita akan berjalan dalam permainan. Setelah naskah jadi, barulah diberikan elemen lain seperti musik, *background effect*, dan terakhir tambahkan kejadian apa yang sedang terjadi serta dialog-dialog.

Dialog perlu untuk dituliskan secara hati-hati, dan jelas, karena dapat mengandung instruksi-instruksi ataupun petunjuk tentang bagaimana cara memecahkan suatu masalah yang ada pada permainan. Dialog juga dapat mengandung informasi-informasi dalam permainan, dan seberkas cahaya pada misteri yang terkandung pada permainan tersebut. Hal tersebut dapat mendorong agar pemain ingin terus memainkan permainan tersebut. Agar dapat membuat sebuah dialog yang bagus, desainer harus mengenal karakter tersebut terlebih dahulu. Dialog juga harus dituliskan secara singkat, dan *to the point*, sehingga mudah untuk dimengerti oleh pemain. Aksen atau logat, slogan, dan candaan-candaan dalam permainan (seperti memasukkan elemen *easter eggs*) juga boleh dilakukan agar permainan tersebut menjadi semakin

menarik, tetapi jangan sampai membuat permainan tersebut menjadi sulit untuk diikuti, dan dimengerti oleh pemain.

Elemen lainnya adalah mencoba *gameplay* dari permainan yang sedang dibuat. Selama membuat sebuah *game* atau permainan, desainer harus selalu mengingat bahwa pemain bekerja keras untuk menyelesaikan tantangan yang diberikan dalam permainan tersebut. Desainer harus memberikan hadiah yang sebanding dengan beratnya tantangan yang diberikan pada bagian tersebut, sehingga pemain tidak merasa frustrasi, dan tidak kembali untuk bermain permainan tersebut. Cara terbaik untuk mengetahuinya adalah dengan melakukan *testplay* secara terus-menerus. Melakukan tes pada sebuah permainan tidak boleh dianggap sebagai sesuatu yang tidak penting, hal ini menghabiskan banyak waktu, tenaga, dan terkadang juga uang untuk membuat permainan tersebut. Tes dilakukan agar desainer dapat mengetahui kekurangan-kekurangan apa saja yang ada pada permainan yang ia sedang buat, sehingga dapat diperbaiki, dan disempurnakan sebelum akhirnya dirilis, dan diperjual-belikan secara umum. Bila sebuah permainan dirilis dengan masih memiliki masalah atau *error*, maka komentar buruk akan muncul dengan cepat, dan semua usaha yang telah desainer lakukan untuk membuat permainan tersebut akan menjadi sia-sia.

Bila semua elemen di atas telah siap, maka saatnya bagi desainer untuk mengumpulkan semua dokumen-dokumen dari *game design* yang

telah ada. *Game design document* (GDD) merupakan sebuah *blueprint* yang dibuat untuk membuat sebuah *game* atau permainan. Hal-hal yang perlu dikumpulkan adalah halaman judul, gaya permainan (*gameplay style*), demografi, sistem permainan (*game system*), berapa alat atau *device* yang dapat memainkan permainan tersebut (seperti PC atau Mac, konsol (Playstation, Wii, Xbox, dan lain-lain), dan *handphone* maupun Game Boy), *game overview*, *art* (gambar yang digunakan pada permainan tersebut), deskripsi yang lebih panjang mengenai permainan tersebut, narasi atau *level* pada permainan tersebut, *gameplay*, peta, audio yang diperlukan, jadwal-jadwal (*timeline* untuk membuat, menyatukan, serta mengirimkan *art*, animasi, audio, koding, dan lain-lain). Hal-hal tersebut akan disatukan dalam sebuah tulisan yang nanti akan dipresentasikan pada akhir pembuatan *game* atau permainan bila permainan tersebut akan dijual kepada sebuah perusahaan atau klien lain.

Bila *game* atau permainan tersebut akan dijual kepada perusahaan atau pihak lain, maka desainer haruslah mempersiapkan untuk melakukan *pitch* atau presentasi kepada pihak tersebut. Yang perlu disiapkan untuk presentasi adalah judul, *logline*, *overview*, gaya permainan (*gameplay, style*), konsep dari *art* (*concept art*), *prototype* (versi pertama yang sudah dapat dimainkan untuk dilihat, dan dicoba). *Pitching* atau presentasi dapat dilakukan untuk membangun rasa penasaran sehingga pihak perusahaan yang akan membeli permainan

tersebut akan menjadi semakin tertarik untuk membelinya. Tetapi desainer harus ingat untuk tidak melakukan presentasi secara terlalu mendetail, dan mendalam, juga harus mempersiapkan jawaban-jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan yang mungkin akan diberikan pada saat presentasi. Pada saat melakukan presentasi, desainer juga harus menghitung berapa lama waktu yang ideal untuk melakukan presentasi, dan kemungkinan potensial untuk melakukan marketing (Mitchell, 2012, hlm. 44-64).

Zicherman dan Cunningham (2011) mengatakan bahwa mekanisme dari sistem sebuah *game* atau permainan terdiri dari beberapa bagian yang ketika digunakan dengan benar dapat membuat sebuah respon yang berarti dari pemainnya. Hal-hal yang membentuk mekanisme dari sebuah *game* adalah poin, *level*, dan *leaderboard*.

Poin itu penting, entah dibagikan antar pemain maupun pembuat *game* dengan pemain. Poin dalam sebuah permainan dapat digunakan sebagai sebuah tujuan atau *goal* di dalam sebuah permainan. Sistem poin dapat digunakan oleh desainer sebagai sebuah cara untuk menghargai pemain, dan melihat setiap gerakan yang pemain lakukan dalam permainan tersebut. Sistem ini tidak terlihat, dan dibuat dalam lingkup yang luas.

Sistem poin dalam sebuah permainan terbagi menjadi 5 jenis, yaitu *experience points*, *redeemable points*, *skill points*, *karma points*, dan *reputation points*. *Experience points* (XP) adalah sebuah poin yang

paling penting dalam sebuah permainan, karena poin ini menunjukkan bagaimana seorang pemain memperhatikan, memandu, serta sebagai ranking dalam sebuah permainan. Semua yang pemain lakukan di dalam sistem akan menjadi XP, dan XP tidak akan pernah turun serta tidak dapat ditukarkan. Seorang pemain akan terus mendapatkan XP selama ia memainkan permainan tersebut.

Poin terpenting kedua adalah *redeemable points* (RP). RP berbeda dengan XP, karena poin ini tidak stabil. RP dapat mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan (fluktuasi), karena poin ini dapat ditukarkan di dalam dunia permainan. Dalam sebuah permainan, RP merupakan sebuah fondasi dari ekonomi virtual, dan sering disebut sebagai koin, *bucks*, *cash*, dan lain-lain. Selanjutnya, terdapat *skill points*. Poin ini merupakan sebuah poin bonus yang akan didapatkan oleh pemain di dalam sebuah permainan. Contohnya seperti dalam permainan *Dungeons & Dragons*, dimana pemain memiliki *skill*, seperti sihir (*magic*), dan kekuatan (*power*), dan semuanya memiliki skor yang berbeda-beda.

Poin selanjutnya adalah *karma points* yang merupakan sebuah sistem poin yang unik, dan jarang terlihat di dalam sebuah permainan klasik. Dalam sistem poin ini, pemain tidak akan menyimpan keuntungan apa pun dari menyimpan poin karma mereka. Pemain akan mendapatkan sebuah keuntungan bila mereka membagikan poin karmanya. Tujuan utama dari dibuatnya sebuah sistem poin karma

dalam sebuah permainan adalah untuk membuat sebuah *behavioral path* untuk altruisme, dan penghargaan kepada kepada pemain. Salah satu contoh dari sistem ini adalah UserVoice. Dengan menggunakan poin karma, pemain dapat memilih, dan menolak fitur-fitur yang akan dibangun atau dibuat. Bila pilihan dari pemain menang, dan fitur tersebut dibangun atau dibuat, maka pemain tersebut akan mendapatkan poin karma yang dapat ia gunakan untuk kegiatan baru. Poin terakhir adalah *reputation points*, poin ini merupakan sebuah sistem poin yang paling kompleks. Setiap kali sistem membutuhkan kepercayaan antar pemain di dalam sebuah permainan, sistem poin ini adalah kuncinya (hlm. 36-50).

Selain poin, Zichermann dan Cunningham (2011) mengatakan bahwa *level* juga merupakan sebuah sistem yang membantu mekanisme dari sebuah *game* atau permainan. *Level* digunakan untuk mengindikasikan progress pemain dalam sebuah permainan. Seorang pembuat *game* atau *game designer* tidak akan menggunakan *level* tradisional seperti yang ditemukan pada *video game*, tetapi memahami mereka dapat menambahkan kekuatan pada desainnya. Di dalam *game design*, tingkat kesulitan *level* tidak berbentuk linear (tidak perlu mendapatkan 100 poin untuk ke *level* 1, 200 poin untuk ke *level* 2, dan seterusnya). Tingkat kesulitan akan meningkat dalam bentuk kurva.

Sekarang ini, pemain lebih tertarik dengan sebuah permainan yang lebih panjang, dan menarik bagi mereka. Oleh karena itulah *level*



di mulai dari yang paling mudah, dan akan berjalan menjadi lebih kompleks. Tetapi seorang pembuat *game* tetap harus membuat *level* tersebut sesuai dengan logika. Hal tersebut dilakukan agar pemain dapat mengerti dengan mudah permainan tersebut. *Level* harus dapat ditambahkan sesuai dengan keperluan, dan fleksible. Selain itu, *level* juga harus seimbang (*balance*), dan harus melewati fase tes yang dilakukan terus-menerus walaupun sudah ada pemain yang memainkan permainan tersebut (*update*).

*Leaderboards* juga merupakan salah satu sistem yang digunakan dalam mekanisme sebuah *game* atau permainan. *Leaderboards* digunakan untuk membuat sebuah perbandingan yang cukup simple.

Sistem ini digunakan oleh pemain untuk mencari tahu berapa ranking mereka dalam permainan tersebut dibandingkan oleh pemain-pemain lainnya (hlm. 45-50).

Zichermann dan Cunningham (2011) juga mengatakan bahwa dalam 1 menit pertama pemain masuk ke dalam *game* atau permainan, itu bukanlah waktu dimana kita menjelaskan mengenai *game* tersebut. Waktu tersebut merupakan waktu dimana pemain harus mencoba permainan tersebut secara mandiri. Banyak permainan yang menggunakan 1 menit pertama tersebut untuk meminta pemain melakukan registrasi, bahkan sebelum pemain tersebut mencoba permainannya. Dalam 1 menit pertama, sistem harus bisa menawarkan sesuatu yang tampak menarik, dan berharga bagi pemain. Hal tersebut

dapat berupa hadiah, pencapaian (*achievements*), barang virtual (*item*), dan lain-lain. Setelah itu, barulah sistem dapat meminta pemain untuk melakukan registrasi dalam permainan tersebut (hlm. 60).

### **2.3.2. Level Design**

Zichermann dan Cunningham (2011) mengatakan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa orang bermain *game*, hal-hal tersebut dapat dilihat atau dibagi berdasarkan motivasi individual seperti untuk menguasai permainan tersebut, untuk mengurangi stress, untuk bersenang-senang, dan untuk bersosialisasi. Lazzaro dalam Zichermann dan Cunningham mengatakan bahwa ada 4 jenis kesenangan, yaitu *hard fun* (pemain berusaha untuk menang dalam sebuah kompetisi), *easy fun* (pemain fokus untuk mengeksplorasi sistem), *altered state fun* (permainan berubah sesuai dengan apa yang pemain rasakan), dan *social fun* (terjadi selama adanya interaksi antar pemain dalam permainan) (hlm. 20).

Terdapat beberapa tipe pemain, semakin seorang desainer mengetahui hal ini, maka semakin mudah baginya untuk mendesain sebuah pengalaman yang akan membuat pemain melakukan hal yang mereka inginkan. Tipe-tipe pemain tersebut adalah:

1. *Explorer*: Tipe ini merupakan tipe pemain yang senang untuk untuk pergi berkeliling dalam dunia suatu game atau permainan. Pengalaman adalah sesuatu yang pemain ini cari dari permainan ia mainkan.
2. *Achiever*: Tipe pemain yang senang bermain permainan dengan tipe kompetitif. Bila mereka mengalami kekalahan, maka mereka akan

kehilangan minat untuk bermain permainan tersebut lagi, dan meninggalkannya.

3. *Socializer*: Pemain dengan tipe ini bermain suatu *game* atau permainan untuk mencari interaksi sosial dengan pemain lainnya. Walaupun begitu, mereka tetap peduli, dan berusaha untuk menang dalam permainan tersebut.
4. *Killers* atau *griefers*: Tipe ini cukup mirip dengan tipe *achiever*, tetapi menang saja tidak cukup bagi mereka. Pemain tersebut harus menang, dan pemain lain harus kalah. Tetapi mereka juga ingin orang lain melihat mereka melakukan pembunuhan tersebut, dan agar korban mereka mendapatkan respek (Zichermann dan Cunningham, 2011, hlm. 21-23).

#### **2.4. User Interface (UI), dan User Experience (UX)**

*User interface* (UI) adalah sebuah pilihan atau keputusan berulang yang mengarah kepada keberhasilan implementasi dari sebuah alat atau media interaktif. Dan *user experience* (UX) adalah seperangkat pilihan atau keputusan yang mengarah kepada sebuah hasil berupa alat atau media interaktif yang memuaskan atau disukai oleh pengguna (Roth, 2017, hlm. 3).

UI tidak sama dengan UX, UI adalah sebuah alat untuk *digital mapping* dari sebuah alat atau media interaktif yang direpresentasikan dengan desain, dan variable visual, sedangkan UX berfokus kepada interaksi antara alat atau media dengan pengguna. Norman melalui Roth (2017, hlm. 4-5) membagi tahapan membuat UX menjadi 7, yaitu:

1. *Forming the goal*: *Goal* atau tujuan akhir adalah sesuatu yang pengguna berusaha untuk dapatkan dengan *interface*, dan menggambarkan motivasi pengguna untuk menggunakan *interface*.
2. *Forming the intention*: Merupakan suatu niat yang pengguna lakukan untuk mendukung *goal* atau tujuan akhir, seperti mengidentifikasi fitur yang ada pada alat atau media interaktif.
3. *Specifying an action*: Pengguna harus menterjemahkan niat mereka kepada fungsi yang diimplementasikan kepada *interface*. *Interface* harus mudah untuk dimengerti oleh pengguna.
4. *Executing an action*: Pengguna kemudian menjalankan aksinya dengan menggunakan alat seperti mouse, *touchscreen*, keyboard, keypad, dan lain-lain. Setelah itu komputer akan memproses aksi pengguna, dan jika berhasil akan menunjukkannya kepada pengguna.
5. *Perceiving the system state*: Setelah dikembalikan, pengguna lalu akan melihat sebuah tampilan baru. Komputer memberikan *feedback* kepada pengguna mengenai hasil dari interaksi sebelumnya. Ini merupakan contoh dari interaksi 2 arah.
6. *Interpreting the system state*: Pengguna lalu perlu untuk melihat perubahan yang terjadi, dan memahaminya. Tahapan ini adalah penyelesaian dari suatu niat yang pengguna lakukan untuk mencapai *goal* atau tujuan.
7. *Evaluating the outcome*: Pengguna perlu mengevaluasi apakah tujuannya telah tercapai. Pada tahapan ini, pengguna mungkin akan perlu mengulang semua tahapan ini kembali dari awal.

### 2.4.1. User Interface (UI)

Babich (2016) mengatakan bahwa ada 16 hal yang perlu diperhatikan dalam menulis untuk UI pada desain, yaitu:

#### 1. Jargon Words, and Spesific Terms

Kata-kata yang tidak dikenal dapat menambah beban kognitif kepada pengguna. Hindari penggunaan kata-kata yang terlalu spesifik atau '*geek speak*'. Gunakan kata-kata yang umum sehingga mudah dimengerti oleh pengguna baru maupun pengguna lama.



Gambar 2.31. Contoh Penggunaan Jargon pada Pesan Error

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

#### 2. Long Content Sections with a lot of Details

Terkadang, kita tidak perlu menuliskan deskripsi yang sangat detail pada interaksi pertama. Lebih baik bila detail diberikan sedikit demi sedikit kepada pengguna. Setiap ingin menuliskan sesuatu, coba tanyakan kepada diri sendiri apakah pengguna sangat perlu mengetahui informasi ini? Dan tulislah deskripsi kurang dari 30 kata bila memungkinkan.



Gambar 2.32. Contoh penulisan deskripsi

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

### 3. Using the Future Tense to Describe the Action

Gunakan *present tense* untuk mendeskripsikan sesuatu. Bila perlu menuliskan sesuatu yang telah terjadi atau yang akan terjadi, maka gunakan kata-kata yang *simple*.

**Don't:** "Message *has been sent*"

**Do:** "Message sent"

Gambar 2.33. Contoh deskripsi menggunakan *present tense*

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

### 4. Mixing "Me" / "My" with "You" / "Your"

Hal ini dapat menyebabkan pengguna menjadi bingung.

**Don't:** "Change your preferences in *My Account*."

**Do:** "Change personal preferences in *My Account*."

Gambar 2.34. Contoh kata-kata yang membuat pengguna bingung

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 5. Using Words for Numbers

Gunakan penulisan menggunakan angka untuk meminimalisir penggunaan tempat.

**Don't:** "You have *three* messages"

**Do:** "You have *3* messages"

Gambar 2.35. Contoh penggunaan angka

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 6. Pronouncing "We"

Fokus kepada pengguna, dan apa yang dapat pengguna lakukan dengan aplikasi dibandingkan apa yang kita, dan aplikasi kita lakukan kepada pengguna. Tetap terdapat beberapa pengecualian, seperti jika pengguna menghubungi *customer service* yang memerlukan interaksi manusia.

**Don't:** "To get you started, we're showing you popular posts on Facebook."

**Do:** "Get started with these popular posts on Facebook."

**Don't:** "Your appeal will be reviewed, and you will receive a response within a few days."

**Do:** "We'll review your appeal and respond within a few days."

Gambar 2.36. Contoh penggunaan kata 'kami'

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 7. Capitalizing All Letters

Penggunaan huruf kapital boleh digunakan bila untuk akronim atau logo. Tetapi tidak boleh digunakan bila untuk tulisan yang mengharuskan pengguna untuk membaca.

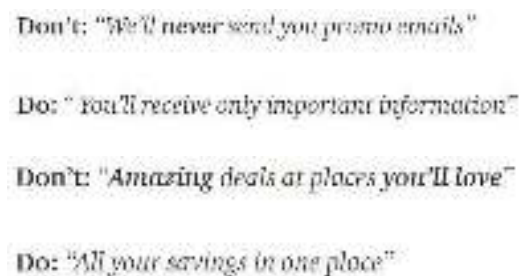


Gambar 2.37. Contoh penggunaan huruf kapital

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 8. Absolutes and Over-Promising

Jangan pernah menuliskan “tidak akan” atau “*never*”, dan jangan memberikan janji yang berlebihan untuk menunjukkan fitur.



Gambar 2.38. Contoh penggunaan kata “tidak akan”, dan janji yang berlebihan

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 9. Exclamation Points

Kata-kata seruan perlu dihindari agar tidak terlihat seperti sedang berteriak.



Don't: "Learn about the new features of the app!"

Do: "Welcome"

Gambar 2.39. Contoh kata-kata seruan

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

#### 10. Gender Ambiguity

Tulislah dengan jelas gender atau jenis kelamin bila memungkinkan. Hal ini kembali lagi ke bahasa yang digunakan pada aplikasi.

#### 11. Common Introductory Phrases

Gunakan kata-kata yang simple, dan mudah dimengerti oleh pengguna. Kata-kata seperti "kamu harus", "oleh karena itu", "untuk itu" tidak boleh digunakan.

Don't: "Would you like to save your changes?"

Do: "Save changes?"

Gambar 2.40. Contoh *common introductory phrases*

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

#### 12. "Are You Sure"

Kata-kata tidak memberikan keuntungan apapun bagi pengguna, dan pertanyaan pada aplikasi.

Don't: "Are you sure you want to delete this photo?"

Do: "Delete this photo?"

Gambar 2.41. Contoh kata-kata 'are you sure?'

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

### 13. Culturally Specific Idioms

Hindari penggunaan kata-kata atau istilah kiasan spesifik dari suatu negara atau tempat yang akan susah dimengerti serta dalam beberapa konteks menjadi tidak pantas.

**Don't:** "You really *hit it out of the park*!"

**Do:** "Great job!"

Gambar 2.42. Contoh penggunaan kata-kata kiasan

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

### 14. "OK" Button in Dialogs

Kotak dialog yang bagus tidak hanya bertanya kepada pengguna mengenai aksi mana yang akan dilakukan, tetapi juga tentang membuat semua tombol jelas. Daripada menulis "OK" pada tombol, akan lebih baik bila menulis aksi yang lebih spesifik.

**Don't:** "OK | Cancel"

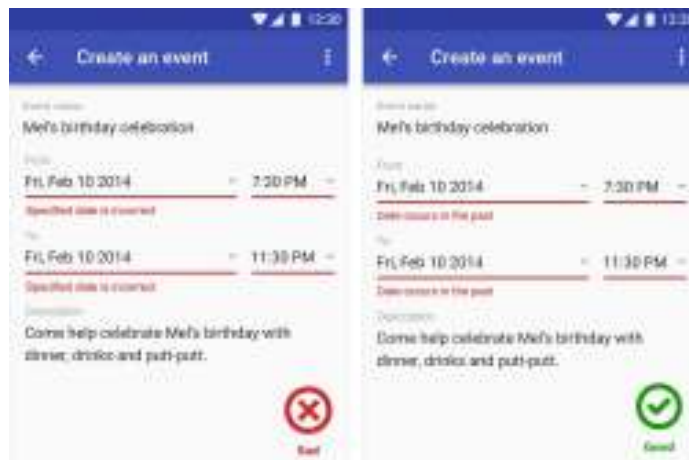
**Do:** "Remove | Keep"

Gambar 2.43. Contoh tulisan pada *dialog* tombol

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

### 15. Vague Error Messages

Sebuah pesan error tidak dapat dihindari, tetapi akan lebih baik jika desainer dapat membuat pesan error tersebut menjadi bagian dari UX. Pesan tersebut dapat dituliskan dengan cara memperhatikan apa yang salah, dan kenapa serta apa yang dapat pengguna lakukan selanjutnya untuk memperbaiki hal tersebut.



Gambar 2.44. Contoh pesan *error*

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

## 16. Blaming User

Pengguna pasti akan melakukan kesalahan, tetapi bila kita ingin pengguna tetap menggunakan aplikasi maka jangan tunjukkan kesalahan mereka.



Gambar 2.45. Contoh menyalahkan pengguna

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

Tulislah pesan yang berfokus kepada masalah pengguna, bukan kepada error yang terjadi.

Don't: "You've provided an incorrect email."

Do: "This email address cannot be used. Please ensure that the spelling is correct."

Gambar 2.46. Contoh penulisan pesan

(<https://uxplanet.org/effective-writing-for-your-ui-things-to-avoid-f6084e94e009>)

#### 2.4.1.1. Tombol dalam Desain UI

Tombol terlihat seperti bagian paling *simple* dari elemen UI, tetapi elemen ini telah memiliki banyak perubahan sepanjang perkembangan jaman. Perubahan-perubahan itu seperti:

##### 1. *Three-Dimensional Button*

Contoh tombol ini seperti yang terdapat pada masa Windows 95, dimana tombol berupa kotak dengan bayangan serta *highlights* untuk membuat efek 3D. Efek tersebut diciptakan agar pengguna tahu mana elemen yang dapat berinteraksi dengan pengguna, dan mana yang tidak.



Gambar 2.47. Contoh tombol 3D

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

##### 2. *Skeumorphic Button*

Desain ini digunakan agar pada desain digital, tombol terlihat seperti benda pada dunia nyata. Diciptakan agar dapat membantu pengguna memahami cara penggunaan media baru dengan mengingat penggunaan media yang lama, contohnya seperti kalkulator.



Gambar 2.48. Contoh *Skeuomorphic Button*

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

### 3. *Flat Design Button*

Desain ini diciptakan untuk mengeksplorasi media digital tanpa membuat ulang dari benda yang ada pada dunia nyata. Desain ini memiliki kekurangan yaitu pengguna jadi susah membedakan mana elemen yang dapat berinteraksi dengan yang tidak. Biasanya kekurangan ini diatasi dengan menggunakan warna yang berbeda pada setiap elemen.



Gambar 2.49. Contoh *flat design*

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

#### *4. Almost Flat Design and Floating Action Button*

Pada desain ini, tombol memiliki desain yang datar tetapi memiliki sedikit bayangan serta highlight untuk membentuk efek kedalaman pada UI. Contoh seperti pada Google Maps, dan Evernote.



Gambar 2.50. Contoh Google Maps

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

### 5. *Ghost Button*

Desain ini mulai digunakan pada tahun 2014 oleh Apple ketika merilis iOS 7. *Ghost button* memiliki desain yang transparan, dan hanya menggunakan bentuk dasar seperti kotak atau persegi panjang. Biasanya memiliki pinggir dengan garis yang tipis, dan *plain text*.



Gambar 2.51. Contoh tombol pada iOS 7

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

Berdasarkan contoh-contoh perkembangan tombol pada UI di atas, Babich (2016) memberikan beberapa saran serta latihan untuk membuat desain tombol pada UI, yaitu:

### *1. Shape*

Desainer harus membuat tombol terlihat seperti tombol, bentuk paling dasar adalah kotak atau kotak dengan sudut bundar.



Gambar 2.52. Contoh bentuk tombol

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

### *2. Size and Padding*

Desainer harus membuat pengguna mudah untuk berinteraksi dengan tombol, salah satunya dengan memilih ukuran tombol yang pas serta jarak antar elemen yang dapat ditekan. MIT Touch Lab pada Babich (2016) mengatakan bahwa ukuran minimal adalah 10mm x 10mm untuk aplikasi pada layar sentuh. Ukuran dapat diperkecil bila untuk layar yang menggunakan mouse atau keyboard.





Gambar 2.53. Ukuran minimal pada layar sentuh

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

Desainer juga harus memikirkan padding atau jarak antar tombol.



Gambar 2.54. Jarak antar tombol

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

### 3. Label

Namailah tombol sesuai dengan aksi yang dapat dilakukan. Jangan berikan nama yang dapat membuat pengguna menjadi bingung. Pemilihan nama harus berdasarkan pada 'bila tombol tersebut dapat

membuat bingung pengguna, maka harus mengganti nama tersebut'. Berikan pesan yang jelas atas apa yang akan terjadi setelah pengguna menekan tombol tersebut.



Gambar 2.55. Contoh nama tombol yang dapat membuat pengguna bingung  
(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

#### 4. Color

Ketika memilih palet warna, desainer harus memikirkan bagaimana warna dapat membantu pengguna agar mengerti, seperti:

- a. Gunakan warna, dan kontras untuk membantu pengguna melihat, dan berinteraksi dengan tombol serta mengerti aksi tersebut.



Gambar 2.56. Tombol dengan warna merah untuk menghapus aplikasi  
(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

- b. Buat tombol paling penting terlihat sangat penting, dan berbeda (terutama bila tombol tersebut digunakan untuk melakukan suatu aksi).



Gambar 2.57. Tombol berwarna kuning untuk menambahkan barang ke keranjang

(<https://uxplanet.org/buttons-in-ui-design-the-evolution-of-style-and-best-practices-56536dc5386e>)

#### 2.4.2. *User Experience (UX)*

Rata-rata aplikasi kehilangan 77% pengguna hariannya dalam waktu tidak hari setelah aplikasi di *install*. Dan dalam waktu 30 hari, aplikasi dapat kehilangan 80% pengguna. Hal ini terjadi karena pengguna mencoba banyak aplikasi, dan memutuskan akan menghapusnya dalam waktu dekat. Kunci untuk keberhasilan adalah untuk membuat pengguna menjadi tertarik, dan suka dengan aplikasi kita dalam masa-masa kritis tersebut (Babich, 2016).

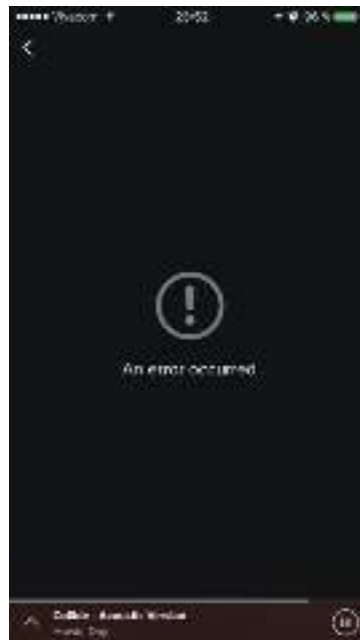
Ada sebuah istilah yang disebut sebagai *empty state*. Hal ini dialami pengguna ketika:

1. Ketika pengguna pertama kali membuka aplikasi.
2. Ketika mengalami suatu error atau masalah.
3. Ketika pengguna menghapus semua konten aplikasi.

Keadaan ini dapat dimaksimalkan oleh desainer untuk:

##### *1. Educate and Help Your User*

Bila pengguna tidak mengerti fungsi dari suatu aplikasi, maka pengguna akan meninggalkan aplikasi tersebut. Oleh karena itu desainer dapat membantu dengan cara menjelaskan apa yang akan tersedia dalam aplikasi tersebut. Ketika layar menunjukkan ada masalah, jelaskan kepada pengguna tidak dapat melihat atau melakukan apa pun.



Gambar 2.58. Contoh *empty state* pada Spotify yang kurang membantu pengguna

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)



Gambar 2.59. Contoh *empty state* pada Azendoo ketika pengguna kehilangan koneksi

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

*Empty state* yang benar harus:

- a. Menjelaskan jenis konten yang digunakan pada bagian tersebut.
- b. Memberikan orientasi pengguna di dalam aplikasi.
- c. Menjelaskan aksi atau kejadian yang akan muncul pada layar.

## 2. *Delight Your User*

Desainer harus menunjukkan kepada pengguna bahwa aplikasi tersebut berbeda dari aplikasi lain yang serupa.



Gambar 2.60. Contoh aplikasi Dubizzle untuk iPhone

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

Desainer dapat menambahkan animasi, bahkan mungkin gurauan.



Gambar 2.61. Contoh aplikasi Cognito Brain Training pada iPhone

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

Walter pada Babich (2016) mengatakan bahwa yang membuat sebuah UX pada aplikasi berhasil adalah selain aplikasi tersebut harus berfungsi, dapat diandalkan, dan berguna, aplikasi tersebut harus dapat dinikmati oleh pengguna.



Gambar 2.62. Contoh memberikan empati pada Line Play

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

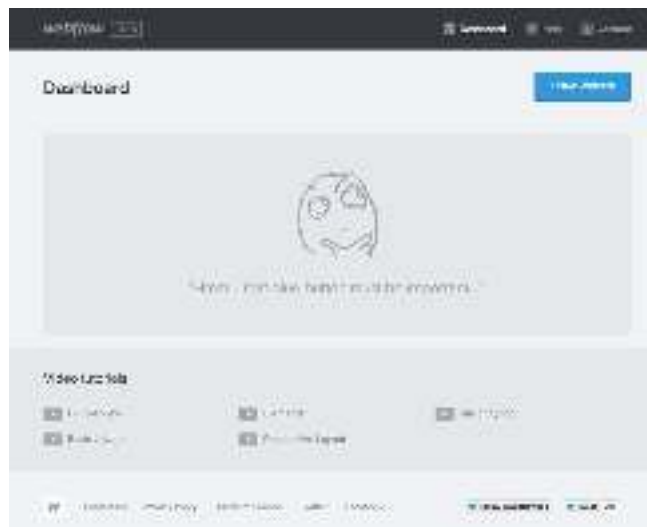
Gunakan informasi ini untuk menyenangkan pengguna dengan cara:

- a. Mengenalkan elemen-elemen dari aplikasi (apa yang berbeda dari aplikasi lain dengan cara yang menarik).
- b. Menunjukkan sisi humor, dan menghibur (gunakan emosi positif, dan kejutkan pengguna).
- c. Menunjukkan sisi kemanusiaan dari aplikasi (ajukan bantuan walaupun tidak harus).

### 3. *Prompt Action*

Pikirkan bahwa *empty state* adalah sebuah halaman landasan. Dengan tetap menjaga desain yang minimal, desainer dapat menjelaskan fitur tertentu, dan membuat pengguna melakukan suatu aksi.





Gambar 2.623. Contoh pada Webflow

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

Untuk melakukan ini, desainer harus melakukan:

- a. Memotivasi pengguna, dapat dengan menggunakan kata-kata motivasi, dan desain yang mendukung seperti ‘pelajari lebih lanjut’ atau ‘ayo kita mulai’.



Gambar 2.63. Contoh pada Dropbox iOS

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

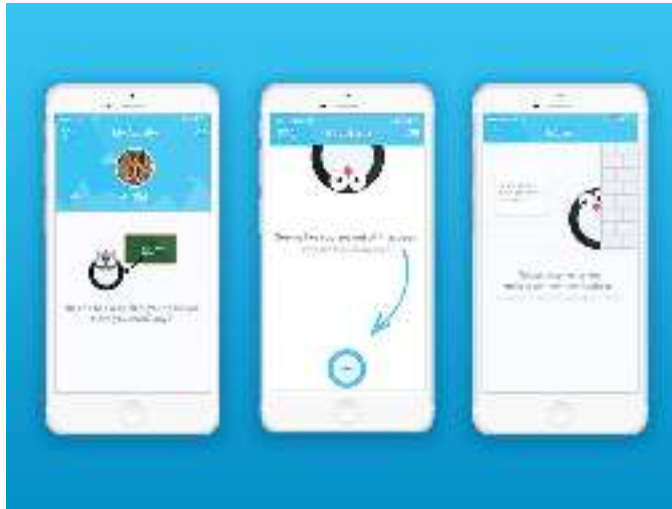
- b. Bujuklah pengguna, ingatkan pengguna akan keuntungan yang akan mereka dapatkan ketika mereka menggunakan aplikasi tersebut.



Gambar 2.65. Contoh pada Flipboard

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

- c. Arahkan pengguna, berikan rekomendasi, dan tunjukkan bagaimana cara terbaik untuk memulai. Berikan petunjuk untuk membantu pengguna.



Gambar 2.66. Contoh pada Frizzbee

(<https://uxplanet.org/empty-state-mobile-app-nice-to-have-essential-f11c29f01f3>)

Terdapat salah satu elemen UI yang dapat membantu pengguna menyelesaikan tujuan mereka dengan cepat, dan mudah, yaitu dialog. Dalam mendesain UX, desainer juga perlu memperhatikan elemen dialog pada aplikasi karena dialog dapat memberitahukan pengguna mengenai informasi yang penting tanpa harus keluar dari layar yang sedang dibuka.



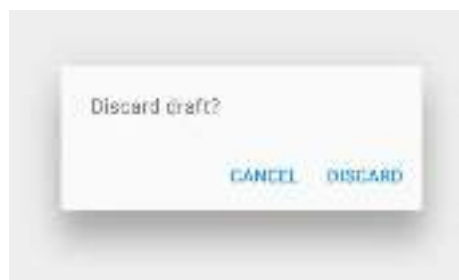
Gambar 2.67. Contoh dialog

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Babich (2016) mengatakan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat desain dialog, yaitu:

### 1. *Reduce Interruption*

Jangan terlalu sering menggunakan dialog, karena dapat mengganggu pengguna. Hanya gunakan bila ingin membutuhkan persetujuan dari pengguna.



Gambar 2.68. Penggunaan dialog untuk meminta persetujuan pengguna

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Jangan membuat *pop up* dialog tanpa persetujuan pengguna (pengguna sedang tidak melakukan aksi apa-apa, tiba-tiba muncul dialog).



Gambar 2.69. Dialog pada website yang muncul tiba-tiba

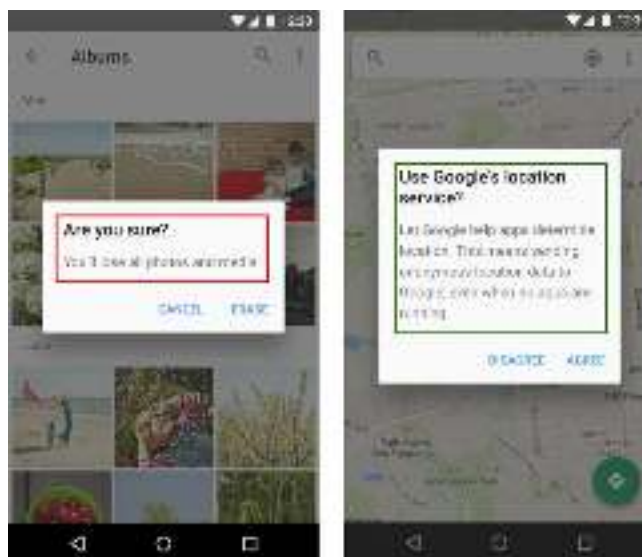
(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Tidak semua pilihan, pengaturan atau perintah memerlukan dialog. Desainer dapat mengganti dialog dengan menu atau *inline expansion* yang tidak

mengganggu konteks pada layar. Dan buatlah kemunculan dialog dapat diprediksi oleh pengguna.

## 2. Match Between Dialog and the Real World

Dialog harus menggunakan bahasa asal pengguna. Desainer juga perlu memberikan pertanyaan, dan pilihan secara jelas. Hindari penggunaan permintaan maaf, kata-kata bermakna ganda, dan pertanyaan.



Gambar 2.70. Contoh pertanyaan serta pilihan yang salah dan yang benar

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Berikan informasi yang penting untuk diketahui oleh pengguna, bukan yang mungkin akan berguna. Dan berikan visual feedback kepada pengguna agar pengguna tahu bila aksi tersebut telah selesai.



Gambar 2.71. Contoh *visual feedback*

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

### 3. *Strive for Minimalism*

Hindari menuliskan terlalu banyak informasi dalam dialog, dan hindari membuat dialog yang terlalu panjang sehingga pengguna perlu menaik-turunkan layar. Bila informasi terlalu panjang, maka dialog bukanlah pilihan yang tepat untuk memberikan informasi tersebut kepada pengguna.



Gambar 2.72. Contoh dialog yang terlalu panjang

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Hindari memberikan lebih dari 2 aksi, dan kata-kata “pelajari lebih lanjut”. Hal ini dapat menyebabkan aksi yang sebelumnya akan ditinggalkan sebelum selesai.



Gambar 2.73. Contoh dialog dengan aksi lebih dari dua

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

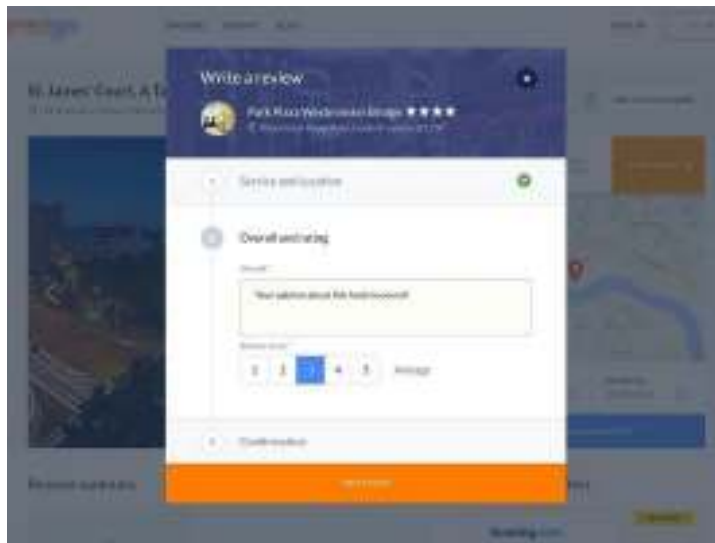
Hindari membuat dialog yang terpecah menjadi beberapa bagian.



Gambar 2.74. Contoh dialog dengan interaksi berlanjut yang salah

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Bila sebuah interaksi memerlukan beberapa langkah atau bagian, maka buatlah halaman tersendiri.



Gambar 2.75. Contoh dialog dengan interaksi berlanjut yang benar

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

#### 4. *Select Proper Dialog Type*

Dialog memiliki 2 jenis. Jenis pertama adalah *modal dialog*, dimana pengguna diharuskan untuk berinteraksi dengan dialog sebelum melanjutkan kegiatannya. Jenis ini biasa digunakan ketika:

- Konteks pada area lain tidak diperlukan untuk memilih aksi apa yang akan digunakan.
- Membutuhkan aksi “terima” atau “batalkan” yang terpisah untuk menutupnya, tetapi tidak menutup area yang di luar dialog ketika tombol tersebut ditekan.
- Tidak dapat diterima bila *progress* pengguna ditinggalkan dalam keadaan belum selesai.

Jenis kedua adalah *non-modal dialog*, yang memungkinkan pengguna untuk menekan area di luar dialog untuk mengabaikannya.





Gambar 2.76. Contoh elemen dasar dialog

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

### 5. *Visual Consistency*

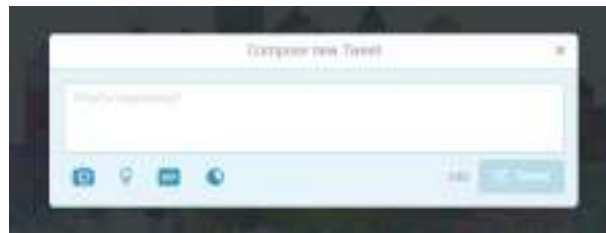
Ketika dialog muncul, penting bagi desainer untuk membuat halaman belakang pada layar menjadi berwarna lebih gelap. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pengguna, dan memberitahukan kepada pengguna bahwa layar tersebut sedang tidak aktif. Hindari membuat layar menjadi terlalu gelap sehingga pengguna tidak dapat melihatnya.



Gambar 2.77. Contoh dialog pada Google Maps

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Berikan pilihan untuk keluar dari dialog yang jelas, biasanya diletakkan pada bagian sudut kanan atas. Hindari membuat tombol “x” dengan ukuran terlalu kecil sehingga sulit untuk ditekan, dan dilihat oleh pengguna.



Gambar 2.78. Contoh dialog pada Twitter

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

Hindari penggunaan dialog yang akan memunculkan dialog baru. Hal ini akan memberikan visual yang terlalu kompleks kepada pengguna.



Gambar 2.79. Contoh dialog yang memunculkan dialog

(<https://uxplanet.org/5-essential-ux-rules-for-dialog-design-4de258c22116>)

### 2.3. Tari Topeng

Tim Indonesia Exploride mengatakan bahwa seni tari adalah salah satu kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia, contohnya seperti tari topeng Cirebon, Jawa Barat. Di Indonesia, tari topeng telah ada sejak abad ke-10 atau ke-11 Masehi, lebih tepatnya pada masa pemerintahan Prabu Panji Dewa, Raja Jenggala di Jawa Timur. Setelah itu para seniman jalanan membawa tari topeng

tersebut ke daerah Cirebon, dan mengalami proses akulturasi atau pencampuran budaya, lalu menyebar ke daerah-daerah lain. Pada daerah Jawa Barat terdapat 2 jenis tari topeng, yaitu tari topeng Cirebon, dan tari topeng Priangan.

### 2.5.1. Tari Topeng Cirebon

Tim Indonesia Exploride mengatakan bahwa simbol-simbol pada tari topeng dapat dilihat melalui warna topeng, jumlah topeng serta jumlah gamelan pengiring tarian. Total topeng pada tarian ini ada 9, dan terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu 5 topeng utama atau topeng Panca Wanda (Panji, Samba atau Pamindo, Rummyang, Tumenggung atau Patih, dan Kelana atau Rahwana), dan 4 topeng lainnya (Pentul, Nyo atau Sembelep, Jingananom, dan Aki-Aki) yang akan digunakan jika melakukan pementasan berjudul Jaka Blowo, Panji Blowo atau Panji Gandrung.



Gambar 2.80. Jenis-Jenis Topeng Cirebon

(<http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/jenis-sejarah-karakter-tari-topeng-cirebon>)

Leonita pada Adiakurnia (2017) mengatakan bahwa kini tari topeng Cirebon sudah mulai susah untuk ditemukan, dan hanya dapat ditemukan pada beberapa lokasi tertentu. Tari topeng Cirebon memiliki beberapa jenis, yaitu:

### 1. Tari topeng Panji

Tarian ini melambangkan kesucian anak yang baru lahir. Oleh karena itu topeng ini berwarna putih bersih, dan hanya memiliki mata, hidung, dan mulut serta menggunakan baju, dan atribut putih.



Gambar 2.81. Topeng Panji

(<https://budayajawa.id/makna-tari-topeng-panji/>)

### 2. Tari topeng Samba

Tarian ini melambangkan perkembangan balita atau manusia di masa kanak-kanak. Topeng berwarna pink keputihan dengan atribut berwarna hijau daun. Gerakan mulai terlihat lincah, dan lucu, tetapi masih kurang luwes atau ragu-ragu.



Gambar 2.82. Topeng Samba

(<http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/jenis-sejarah-karakter-tari-topeng-cirebon>)

### 3. Tari topeng Rummyang

Memiliki ukiran yang sederhana dengan warna dasar merah muda. Topeng ini memiliki makna remaja yang mulai mencari jati dirinya.



Gambar 2.83. Topeng Rummyang

(<http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/jenis-sejarah-karakter-tari-topeng-cirebon>)

### 4. Tari topeng Tumenggung

Topeng ini memiliki kumis, dan banyak guratan yang terlihat berwibawa. Kostum berwarna hitam. Nama topeng ini dalam struktur kerajaan

merupakan patih atau panglima perang. Tarian ini menggambarkan manusia yang sudah dewasa, dan menemukan jati dirinya. Gerakannya tegas, berkepribadian, dan bertanggung jawab.



Gambar 2.84. Topeng Tumenggung

(<http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/jenis-sejarah-karakter-tari-topeng-cirebon>)

##### 5. Tari topeng Kelana

Memiliki ukiran yang paling rumit, dan ikatan pada bagian atas topeng. Warna topeng, dan atribut adalah merah. Gerakannya agresif, dan enerjik karena merupakan gabungan dari semua tari topeng. Tarian ini melambangkan sifat angkara murka yang terdapat di dalam manusia.



Gambar 2.85. Topeng Kelana

(<http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/jenis-sejarah-karakter-tari-topeng-cirebon>)